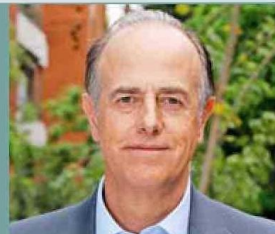


Análisis

DANIEL FERNÁNDEZ KOPRICH
Director de empresa



REGULACIÓN ASIMÉTRICA Y COMPETENCIA DESTRUCTIVA

La industria de los medios tradicionales es objeto de una asimetría en obligaciones y restricciones respecto de los medios digitales, tales como la responsabilidad editorial, la preservación de la moral y las buenas costumbres en sus contenidos, la nacionalidad de los propietarios y los ejecutivos, franjas políticas y cantidad de horas de programación cultural (en el caso de la TV abierta), etc. Los motores de búsqueda y las redes sociales como Google, Facebook, TikTok y otros, en cambio, no están sujetos a las mismas restricciones y obligaciones, siendo que compiten con los medios tradicionales en el mismo espacio comercial: captar la atención de los usuarios para financiarse mediante publicidad.

En el año 2009, la participación en el mercado publicitario de la TV abierta, los diarios y las radios era de 83%, mientras que los medios *online* captaban 4% (el resto eran revistas, vía pública, cine y TV de pago). En 2024, la TV abierta, los diarios y las radios captaron 24%, y los medios *online*, 50%. La participación en inversión publicitaria de estos medios muestra vasos comunicantes, por si alguien tuviera alguna duda de que compiten en el mismo mercado.

Siendo la economía de la atención el mercado relevante donde la competencia debe ser promovida, y más allá de las asimetrías que mencioné, ¿no es acaso un atentado a la libre competencia usar (gratuitamente) los productos producidos por los competidores (los contenidos) para generar valor propio (desviar la atención de las personas) a costa de la destrucción de valor de esos competidores (caída de ingresos por publicidad)? ¿No merece esto la atención de los organismos pro libre competencia?

Aún más allá, existe una violación flagrante de derechos de propiedad intelectual por parte de los medios digitales al usar contenidos de otros para el lucro propio.

Es sorprendente que la ley de propiedad intelectual sea sistemáticamente quebrantada sin que haya consecuencias para sus infractores ni para las autoridades obligadas a hacerla respetar, justificándose en el débil argumento de que es difícil controlar a estas plataformas porque tienen sus servidores en el extranjero.

Alguien podría pensar que todo esto no es tan relevante, pues se trata de entretenimiento, pero en realidad los medios tradicionales construyen pertenencia e identidad nacional; son el medio masivo para informarse de lo que sucede en el país; transmiten la Teletón; aportan contenidos culturales de carácter local; en fin, los medios tradicionales tienen un valor social y, además, respetan la ley, a diferencia de los medios digitales.

Bienvenida la competencia, pero sin asimetrías ni pirateo.